

PERANCANGAN PERMAINAN EDUKATIF BERBASIS TENSES BAHASA INGGRIS

Evelyn Cynthia Kwari

Desain dan Manajemen Produk / Fakultas Teknik

eve_izecson22@yahoo.co.id

Abstrak - Pada saat ini, pendidikan merupakan faktor dasar yang memegang peranan penting di berbagai aspek kehidupan. Tak heran para orang tua berlomba-lomba menyuplai fasilitas pendidikan yang terbaik bagi anaknya. Salah satu metode pendukung fasilitas pendidikan yang sedang marak saat ini adalah permainan edukatif. Permainan edukatif merupakan sebuah bentuk kegiatan mendidik yang dilakukan dengan menggunakan cara atau alat permainan yang bersifat memberikan pengajaran tertentu. Permainan edukatif lebih efektif dan disukai anak-anak dibandingkan penjelasan materi yang bersifat panjang. Tenses merupakan salah satu materi dalam pelajaran bahasa Inggris yang dianggap sulit. Padahal, *tenses* merupakan materi pendukung kelancaran dalam berkomunikasi bahasa Inggris sehingga dapat dimengerti bahwa tanpa adanya pemahaman yang baik akan *tenses*, maka komunikasi tidak akan berjalan lancar. Manfaat permainan edukatif sangatlah besar, namun banyak permainan edukatif yang ada saat ini hanya menekankan pada permainan individual sehingga berdampak pada perkembangan sosial anak. Maka dari itu, perancang mendesain sebuah permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris yang dengan *brand FunTenses*, yang tak hanya untuk memberi pemahaman akan penggunaan *tenses* tetapi juga untuk meningkatkan perkembangan sosial pengguna.

Kata kunci: Pendidikan, Permainan Edukatif, Tenses, Perkembangan Sosial

DESIGN EDUCATIONAL GAMES BASED TO ENGLISH TENSES

Abstract - At the moment, education is a basic factor that holds an important role in various aspects of life. No doubt all parents are competing to supply the best educational facilities for their children. One method of supporting educational facilities that are currently booming is educational games. Educational games are the form of educational activity carried out by using way or tool that gives specific

lesson. The educational games will more effective and loving by kids rather than a long explanation. Tenses is one of the subjects in English lessons that are considered difficult.. Actually, tenses is supporting to the fluently English conversation so that could be understood that without a good understanding of the tenses, then the conversation will not run smoothly. The benefits of educational games is great, but a lot of educational games available only emphasizes on individual games that have impact on the social development of children. Therefore, designers make an educational game based to English tenses with FunTenses brand, which is not only to provide understanding of the use of tenses, but also to enhance the user's social development.

Keywords: Education, Educational Games, Tenses, Social Development

PENDAHULUAN

Bahasa Inggris, merupakan salah satu bahasa internasional yang telah mendunia. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian, bahwa lebih dari 2 miliar orang di dunia dapat berbahasa Inggris, sehingga dapat disimpulkan bahwa 2 dari 5 orang di negara manapun dapat berkomunikasi dalam bahasa Inggris. Melihat perkembangan bahasa Inggris yang sangat signifikan, maka di Indonesia sendiri diterapkan bahwa bahasa Inggris dijadikan sebagai salah satu pelajaran wajib di tingkat sekolah hingga tingkat perguruan tinggi dengan tujuan para generasi muda dituntut agar mampu menguasai bahasa Inggris baik secara lisan maupun tertulis agar tidak tertinggal dengan perubahan jaman.

Salah satu materi dalam pelajaran bahasa Inggris adalah *tenses*. Materi *tenses* menjadi momok tersendiri bagi anak-anak, terlebih lagi dahulu materi *tenses* yang diajarkan pada saat anak memasuki kelas 4 SD sekarang dimajukan, materi *tenses* mulai diberikan pada saat anak duduk di kelas 1-3 SD untuk mengikuti perkembangan jaman. Usia anak yang harusnya masih diisi dengan permainan dan pembelajaran yang menarik berganti menjadi pembelajaran yang rumit dan penuh hafalan.

Munculnya berbagai permainan edukatif menjadi hiburan bagi anak-anak. Tentu mereka lebih memilih sistem belajar sambil bermain daripada penjelasan yang panjang dan serius. Namun saat ini, banyak permainan edukatif yang hanya menekankan pada permainan individual sehingga berdampak pada perkembangan

sosial pengguna. Perkembangan sosial tentu sangat terkait dengan sistem pembelajaran. Dengan adanya interaksi dan penggunaan indera-indera yang ada secara aktif, maka pembelajaran akan lebih efektif, daya tangkap anak menjadi lebih maksimal. Melihat fakta yang ada inilah, maka penulis tertarik untuk membuat suatu produk permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris untuk membantu anak-anak mengatasi kesulitan belajar *tenses* yang juga memperhatikan perkembangan sosial pengguna.

Berdasarkan ulasan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan yang ada adalah :

1. Pada saat ini, *tenses* diajarkan lebih awal, yakni untuk materi pembelajaran Sekolah Dasar (SD) kelas 1, 2, atau 3 untuk mengikuti arus perkembangan jaman.
2. Permainan edukatif mengenai *tenses* belum banyak dijumpai di pasaran.
3. Beberapa permainan edukatif *tenses* bahasa Inggris yang dijumpai hanya didesain dan ditekankan untuk pembelajaran yang bersifat individual sehingga berdampak akan mengurangi perkembangan sosial pengguna permainan tersebut.

Dari poin-poin dalam rumusan masalah di atas, maka muncullah pertanyaan penelitian : Bagaimana mendesain sebuah permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris yang tak hanya dapat menjelaskan tentang pemahaman namun juga pengaplikasiannya dan dapat digunakan secara bersama-sama untuk meningkatkan perkembangan sosial pengguna?

Dan masalah yang dibahas akan berkisar antara :

1. Permainan edukatif ini diperuntukkan bagi anak usia 6-8 tahun.
2. Permainan juga akan memperhatikan perkembangan sosial pengguna.
3. Permainan untuk mengajarkan pemahaman dan pengaplikasian 4 *tenses* dasar bahasa Inggris, yakni *Simple Present Tense*, *Present Continuous Tense*, *Simple Past Tense*, dan *Simple Future Tense*.
4. Produk ini akan menggunakan bahan yang aman bagi anak.

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk merancang permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris yang juga bertujuan untuk meningkatkan perkembangan sosial bagi anak usia 6-8 tahun. Sedangkan manfaat dari penulisan laporan ini adalah :

1. Manfaat penelitian dari segi teoritis adalah memberikan wacana dan pengetahuan baru mengenai media pembelajaran *tenses* bahasa Inggris.
2. Manfaat penelitian secara pratikal adalah memberikan gambaran bagi desainer bagaimana merancang permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris. Sedangkan manfaat penelitian bagi produsen adalah meningkatkan daya jual melalui perancangan produk permainan yang lebih inovatif.

Dalam melakukan penelitian, ada 2 metode yang dilakukan, yakni metode kualitatif (IDI) dan metode kuantitatif (kuesioner).

1. Kuesioner : Sejumlah data yang diperoleh dari beberapa orang dengan pertanyaan yang sama. Ditargetkan untuk anak usia 6-8 tahun.
2. *In-Depth-Interview* : Keterangan yang diperoleh dengan tanya jawab sambil bertatap muka. Ditargetkan kepada orang tua, guru, dan ahli *toys design*.

HASIL PENELITIAN

1. Kuesioner

Kuisisioner ini disebarkan kepada 20 responden yang terdiri dari anak laki-laki dan perempuan usia 6-8 tahun. Sintesa kuisisioner yang didapat adalah:

- Sebanyak 100% anak-anak Sekolah Dasar (SD) kelas awal telah mempelajari atau mendapatkan materi mengenai *tenses* bahasa Inggris.
- 70% dari responden menyatakan bahwa mereka pernah mengalami kesulitan dalam memahami dan menerapkan *tenses* bahasa Inggris dalam percakapan.
- 90% responden menyukai sistem belajar sambil bermain.
- Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa mereka membutuhkan sarana bantu mempermudah belajar *tenses* bahasa Inggris berupa sarana permainan edukatif.

- 70% dari responden menyukai permainan yang dapat dimainkan oleh banyak orang/berkelompok, dan sebanyak 30% dari responden lebih menyukai permainan yang bersifat individu.
- Sebanyak 25% responden memilih gajah serta 20% responden memilih jerapah dan kura-kura sebagai hewan pilihan yang akan diadaptasikan dalam permainan ini.

2. *In-Depth-Interview* (IDI)

Pelaksanaan metode survei *In-Depth-Interview* (IDI) dilakukan kepada 3 orang guru les bahasa Inggris. Berikut sintesa IDI dari ketiga narasumber:

- Tiap pengajar memiliki cara yang berbeda untuk menyampaikan materi *tenses* kepada anak-anak usia 6-8 tahun. Cara-cara yang paling sering digunakan antara lain: melalui ringkasan rumus, permainan, dan melalui gambar.
- Mayoritas anak-anak usia 6-8 tahun mengalami kesulitan ketika mereka diajarkan materi *tenses* bahasa Inggris. Kesulitan yang dialami berhubungan dengan pengaplikasian *tenses* yang tepat dan kata kerja yang sering berubah.
- Para pengajar menyatakan bahwa perlu didesain sebuah sarana permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris untuk mempermudah anak-anak dalam menyerap dan memahami materi *tenses* bahasa Inggris.
- Permainan edukatif mengenai *tenses* telah ada di pasaran, namun tidak bervariasi dan biasanya hanya sebatas catatan rumus untuk menghafal *tenses*, sehingga para pengajar menyatakan bahwa dibutuhkan permainan edukatif yang menarik dan dapat membuat anak bergerak aktif sehingga lebih disukai oleh anak-anak.
- Sarana permainan edukatif yang diharapkan oleh para pengajar antara lain: permainan yang berupa petualangan, permainan dapat dimainkan oleh banyak anak, banyak menggunakan gambar, dan menggunakan warna-warna yang cerah.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Dari seluruh penelitian, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Mayoritas anak-anak pernah mengalami kesulitan ketika mempelajari materi *tenses* bahasa Inggris.
- b. Anak-anak menyatakan bahwa mereka lebih menyukai sistem belajar sambil bermain.
- c. Mayoritas para responden dan narasumber menyatakan bahwa diperlukan sarana permainan edukatif yang dapat membantu mempermudah anak-anak dalam memahami materi *tenses* bahasa Inggris.
- d. Mayoritas para responden dan narasumber setuju jika permainan yang akan dirancang nantinya dapat dimainkan oleh banyak anak sehingga dapat terjalin komunikasi agar anak lebih cepat mengerti dan dapat meningkatkan perkembangan sosial anak.

PROSES DESAIN

1. Aspek Desain

Analisis aspek desain dilakukan agar dapat lebih melihat aspek apa saja yang dibutuhkan sebagai acuan dalam mendesain produk.

Tabel 1 Aspek
Desain

Aspek Teknis	Aspek pengguna, aspek kegiatan, aspek prosedur operasi, aspek fungsi, aspek pendidikan, aspek ergonomi, aspek bahan, aspek antropometri, aspek sosial budaya
Aspek Rupa	Aspek rupa, aspek estetika

(Sumber : data penulis)

2. Konsep Desain

Konsep desain permainan edukatif ini adalah *fun* dan *social learning*:

- a. *Fun*, yang dimaksud dengan *fun* adalah permainan yang seru dan menyenangkan, membuat anak aktif dalam permainan serta pembelajaran *tenses* melalui metode permainan yang tidak membosankan bagi anak-anak.
- b. *Social Learning*, yang dimaksud dengan *social learning* adalah permainan yang memperhatikan sisi perkembangan sosial pengguna. Permainan edukatif ini dirancang agar dapat digunakan oleh hingga 6 orang anak. Dalam permainan ini, dibutuhkan interaksi dengan pemain lain, sikap saling

membantu, serta rasa mengalah antar pemain untuk dapat mencapai tujuan.

Dari konsep desain yang ada, berikut adalah rincian deskripsi produk permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris ini :

1. Nama Produk : Permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris
2. Sebutan Produk : *FunTenses*
3. Fungsi : Sarana bantu belajar *tenses* bahasa Inggris
4. Tujuan : Mempermudah dalam membedakan dan memahami *tenses* bahasa Inggris serta penggunaannya dalam berkomunikasi
5. Sasaran : Dicapainya keefektifan pembelajaran *tenses* bahasa Inggris bagi anak-anak
6. Kelas/ kategori : Permainan Edukatif
7. Pengguna : Anak-anak usia 6-8 tahun
8. Keunggulan :
 - Dapat dimainkan oleh banyak anak
 - Aman bagi anak-anak
 - Disesuaikan karakteristik anak-anak

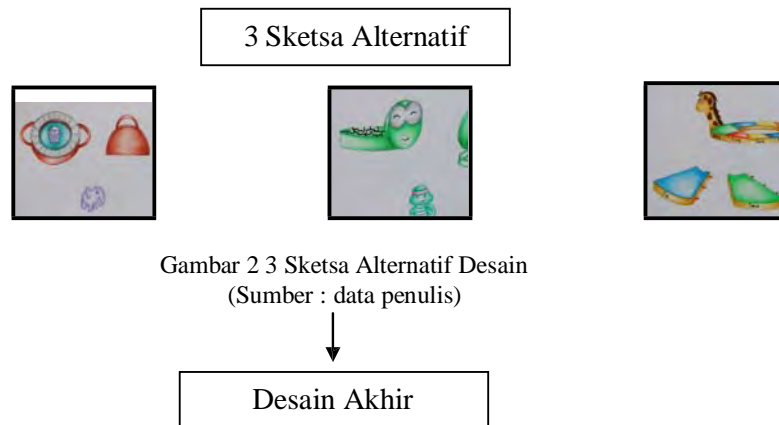
3. Proses Kreatif

Pada proses kreatif akan dijelaskan mulai dari sketsa alternatif hingga terpilihnya desain akhir.

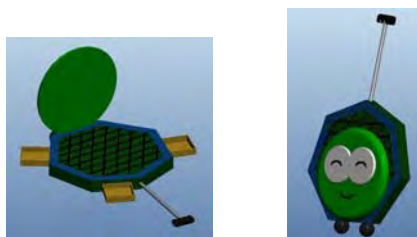


Gambar 1 7 Sketsa Alternatif
(Sumber : data penulis)





4. *Rendering Final Desain*



Gambar 3 *Rendering Final Desain*
(Sumber : data penulis)

Produk ini dirancang untuk dapat dimainkan oleh hingga 6 orang anak, sehingga tiap anak dapat duduk di tiap sisi yang telah disediakan. Cara membawa produk dengan didorong seperti mekanisme koper sehingga lebih ergonomis daripada mengangkat produk secara langsung.

5. Prototype



Gambar 4 *Prototype Produk*
(Sumber : data penulis)

MANAJEMEN PRODUK

1. *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT)

Pasar global luas dan tidak semua berpotensi dan berkebutuhan sama, maka perlu menganalisa manajemen pemasaran. Tahap awal dilakukan melalui empat tahap yaitu *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT).

a. *Strength*

- Dapat dimainkan oleh maksimal 6 anak dalam sekali permainan.
- Desain dan dimensi yang dikhususkan untuk anak-anak sehingga mengacu pada karakteristik anak.
- Mudah disiapkan dan diringkas ketika selesai digunakan.
- Melatih kemampuan komunikasi anak.
- Penggunaan material dan desain yang aman bagi anak-anak.

b. *Weakness*

- Harga produk yang cukup tinggi dibandingkan dengan produk sejenis yang lainnya.
- Proses produksi produk yang masih *handmade*, sehingga belum dapat diproduksi dalam jumlah besar.

c. *Opportunity*

- Produk sejenis masih sangat jarang dijumpai di pasaran.
- Kesadaran akan pentingnya pendidikan, sehingga para orang tua berlomba-lomba untuk memberikan sarana dan prasarana yang baik berhubungan dengan pendidikan bagi anak-anak mereka.
- Produk permainan edukatif sangat digemari, karena dapat digunakan sebagai media belajar sambil bermain.

d. *Threat*

- Akan muncul pesaing-pesaing produk sejenis dengan sistem permainan yang sama ataupun telah dikembangkan dari sistem permainan produk ini.
- Produk baru agak susah diterima di masyarakat.

2. *Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation* (STPD)

Selanjutnya adalah analisa *Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation* (STPD).

a. Segmentation

Segmentation merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen dari strategi pemasaran. Tujuan dari *segmentation* adalah membagi atau mengelompokkan pasar yang heterogen menjadi pasar yang homogen. *Segmentation* dari produk ini adalah:

- Demografis *End User*

Usia : 6-8 tahun (SD kelas 1-3)

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Kelas ekonomi : menengah ke atas

- Demografis *Buyer*

Usia : ≥ 25 tahun

Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

Kelas ekonomi : menengah ke atas

- Geografis

Konsentrasi pasar berada di kota-kota besar Pulau Jawa dan Bali, tetapi produk juga didistribusikan ke pulau-pulau lain nantinya.

- Psikografis

- *End User*

Anak-anak yang kesulitan memahami materi tenses bahasa Inggris serta permainan edukatif yang makin digemari. Anak-anak masih berada pada masa senang belajar sambil bermain.

- *Buyer*

Para guru dan orangtua yang semakin sadar akan pentingnya pendidikan bahasa Inggris sejak kecil dimana pendidikan anak-anak Indonesia mengalami banyak peningkatan seiring perkembangan jaman.

b. Targetting

Targetting merupakan proses memilih kelompok pengguna yang akan dijadikan fokus dalam pemasaran produk. *End user* merupakan pengguna akhir dari produk yang dirancang, dimana nantinya pengguna inilah yang akan memakai produk secara langsung. Sedangkan *buyer* adalah konsumen yang akan membeli produk ini, baik untuk dipakai sendiri ataupun diberikan kepada *end user*.

- Target *end user* dari produk ini adalah:

Anak laki-laki dan perempuan usia 6-8 tahun (SD kelas 1-3) yang berada di kota Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, dan Denpasar yang berada dalam lembaga pendidikan baik formal maupun non formal dan sedang dalam pembelajaran materi *tenses* bahasa Inggris

- Target *buyer* dari produk ini adalah:

Orang tua yang memiliki anak usia Sekolah Dasar kelas awal, yang berada di kota Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, dan Denpasar, berada di kelas ekonomi B+, dengan pendapatan lebih dari Rp 7.500.000,00 per bulan.

c. *Positioning*

Positioning merupakan *image* produk yang ada di benak konsumen. *Positioning* produk ini adalah sebagai sarana permainan edukatif guna membantu memudahkan anak-anak dalam mempelajari *tenses* bahasa Inggris. Untuk mendukung *positioning* ini, perancang menggunakan *byline: Educational Game* dan *tagline: Have Fun with Tenses Learning*.

d. *Differentiation*

Differentiation merupakan pembeda yang dimiliki produk bila dibandingkan dengan produk sejenis lainnya, sehingga akan menjadi keunikan dan nilai lebih dari produk tersebut. *Differentiation* dari produk ini ialah:

- Permainan dapat dimainkan hingga oleh 6 anak.
- Permainan mencakup hingga 4 jenis *tenses* dasar bahasa Inggris.
- Sistem permainan yang juga bertujuan untuk melatih perkembangan sosial pengguna.

3. 4P (*Product, Price, Place, Promotion*)

A. *Product*

- *Product Level*

a. *Core benefit*, manfaat yang ditawarkan dari produk ini adalah membantu anak-anak dalam pemahaman dan pengaplikasian *tenses* melalui permainan edukatif yang menyenangkan.

b. *Tangible*:

- *Brand Name*, nama dan merek produk adalah *FunTenses*.
- Fitur yang disediakan oleh produk adalah permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris yang dapat dimainkan secara berkelompok guna meningkatkan perkembangan sosial pengguna.

c. *Augmented product*, pembelian produk akan ditunjang dengan adanya layanan *delivery* dan staf yang akan mengajarkan cara bermain produk.

- *Product Strategy*

a. *Product attribute* : produk ini merupakan produk permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris bagi anak-anak usia 6-8 tahun. Desain produk mengadaptasi pada karakter hewan serta menggunakan bahan alam yang aman bagi anak-anak.

b. *Branding*

- *Sponsorship : Manufacture Brand*, karena produk dibuat sendiri dan dijual dengan merek yang sama.
- *Development New Brand*, karena produk ini merupakan produk yang baru dengan merek yang baru pula (belum pernah dikembangkan di pasaran).

B. *Price*

- *Penetration Pricing*

Strategi pemberian harga pada permainan edukatif ini dilakukan dengan penjualan produk dengan harga lebih rendah diawal peluncurannya, namun setelah pengguna mengenal dan merasakan manfaat dari produk permainan edukatif ini, maka harga penjualan secara bertahap akan dinaikkan.

- *Promotional Pricing*

Akan diberlakukan pemberian diskon harga ketika ada even-even atau tanggal-tanggal tertentu, misalnya: pada tanggal 2 Mei (memperingati Hari Pendidikan Nasional), pada tanggal 23 Juli (memperingati Hari Anak Nasional), maupun ketika ada even-even lain yang terkait dengan produk atau dapat meningkatkan penjualan produk.

- *Geographical pricing*

Akan diberlakukan penetapan harga yang berbeda untuk daerah yang berbeda di Indonesia. Harga produk nantinya akan lebih murah di Pulau Jawa dan Bali dibandingkan dengan pulau-pulau yang lainnya, dimana semakin ke wilayah timur harganya akan semakin mahal karena mempertimbangkan ongkos pengiriman di dalamnya.

C. *Place*

Produk akan dijual di *specialty stores* atau toko khusus, seperti toko yang menjual mainan edukatif bagi anak-anak. Pemilihan toko didasarkan pada adanya *image* yang baik dari masyarakat terhadap toko tersebut dan apakah toko tersebut menjangkau segmentasi dari *FunTenses*. Toko yang dipilih, misalnya: SOGO kids, Toys Kingdom, dan Petra Toys.

D. *Promotion*

Ada beberapa sarana promosi yang dipilih dalam memasarkan dan memperkenalkan produk *FunTenses* ini, antara lain:

- Poster dan *Banner*

Poster dan *banner* didesain dengan konsep sederhana yang menonjolkan keunggulan produk. Poster dan *banner* akan didesain sekomunikatif mungkin agar mudah dimengerti ketika dilihat orang secara sepintas.

- Brosur

Brosur merupakan sarana promosi yang lebih personal, karena nantinya brosur dapat dibawa oleh calon pembeli dan dibaca berulang kali di rumah. Brosur akan berisi penjelasan singkat mengenai produk.

- Sosial Media

Sosial media merupakan media promosi yang murah dan mudah, serta jangkauan pasar lebih luas untuk memperkenalkan dan menjual produk permainan edukasi ini. Sosial media yang dipilih adalah melalui *Facebook*, karena *Facebook* merupakan salah satu sosial media yang dikenal dan digemari hingga pelosok Indonesia.

- *Merchandise*

Merchandise bertujuan sebagai *souvenir* untuk kegiatan promosi agar produknya lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat. Untuk produk *FunTenses* ini, *merchandise* yang dipilih adalah: gantungan kunci, stiker, permainan *puzzle*, notes, kotak pensil, penghapus, dan pensil.

d. Logo Produk

Logo merupakan identitas yang penting untuk suatu produk. Dengan adanya logo, pesan mengenai produk akan disampaikan secara visual. Berikut merupakan logo dari *FunTenses*



Gambar 5 *Logo Produk*
(Sumber : data penulis)

KESIMPULAN

Dari keseluruhan proyek yang telah dilakukan pada mata kuliah Tugas Akhir ini, perancang menyadari bahwa banyak hal yang perlu dikaji dan diselesaikan permasalahan-permasalahannya melalui desain. Dan untuk kali ini, perancang mengangkat permasalahan mengenai *tenses* bahasa Inggris, yang merupakan materi berkelanjutan, dalam arti materi ini akan terus dibahas hingga jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Tenses menjadi momok tersendiri bagi anak-anak, terlebih lagi dahulu materi tenses yang diajarkan pada saat anak memasuki kelas 4 SD sekarang dimajukan, materi tenses mulai diberikan pada saat anak duduk di kelas 1-3 SD untuk mengikuti perkembangan jaman. Setelah melakukan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, berikut merupakan kesimpulan yang didapat dari produk *FunTenses*:

- Permainan edukatif berbasis *tenses* bahasa Inggris jarang dijumpai di pasaran, sehingga peluang *FunTenses* amat besar untuk menembus pasar permainan edukatif.
- Minat para responden terhadap produk *FunTenses* cukup besar, beberapa dari para responden juga mengusulkan untuk membuat permainan *FunTenses* seri *tenses* selanjutnya.
- Sistem permainan *FunTenses* yang tidak rumit, desain produk yang menarik, dan waktu bermain yang tidak terlalu lama membuat anak-anak ingin memainkan produk *FunTenses* secara berulang-ulang.
- Produk *FunTenses* sangat membantu anak-anak dalam mempelajari, memahami, dan menggunakan *tenses* dalam kalimat. *Tenses* yang sebelumnya menjadi momok telah digeser menjadi materi yang menarik melalui metode permainan edukatif.

SARAN

Ada beberapa kendala yang ditemui ketika perancang melakukan penelitian, namun kendala-kendala tersebut pada akhirnya dapat diatasi dengan bantuan pihak-pihak terkait. Berikut merupakan saran dari perancang bagi desainer yang ingin melakukan studi lanjut terhadap produk sejenis dan bagi pengguna produk *FunTenses*:

- Perbedaan selera konsumen mengenai desain produk dapat dijadikan alternatif pilihan untuk mengembangkan produk, sehingga semakin meningkatkan jumlah penjualan produk.
- Pemilihan material merupakan hal utama yang harus diperhatikan dikarenakan pengguna primer adalah anak-anak, sehingga dibutuhkan bahan yang ringan dan aman bagi anak-anak.
- Permainan ini mengkhususkan kepada anak-anak, namun banyak pelajar di jenjang yang lebih tinggi ternyata juga masih mengalami kesulitan ketika mempelajari materi *tenses*, sehingga masih terbuka peluang yang lebar untuk membuat produk sejenis namun dengan pengembangan sistem permainan dan desain bagi pelajar dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi.
- Perubahan bentuk tombol pengunci, warna laci yang berbeda untuk memudahkan membedakan peletakkan kartu *tenses*, serta warna produk yang lebih muda untuk mengesankan karakter anak yang ceria.
- Dalam saat pemilihan alternatif perlu dilibatkan pendapat dari ahli desain, guru bahasa Inggris, dan anak-anak secara langsung agar hasilnya lebih valid.
- Di awal-awal permainan, anak-anak masih membutuhkan pendamping, baik guru maupun orang tua, namun jika anak-anak telah menguasai sistem permainan, pendamping dapat melepaskan anak-anak untuk bermain sendiri sebab semua jawaban dan rumus yang benar telah dirangkum di *manual book*.

DAFTAR PUSTAKA

Panero, Julius dan Zelnik, Martin. 2003. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta, Erlangga.

Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.

Nurmianto, Eko. 2008. *Ergonomi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Surabaya, Guna Widya.

Palgunadi, Bram. 2008. *Desain Produk 4 Analisis dan Konsep Desain*. Bandung, Institut Teknologi Bandung.

<http://kamusbahasaindonesia.org>

“Karakteristik Material”. 7 Mei 2012. <http://dephut.co.id>.

“Peran Warna”. 7 Mei 2012. <http://idseducation.com>.

“Perkembangan Sosial Anak”. 13 Agustus 2013. <http://www.e-smartschool.com>.

“Peran Bahasa Inggris”. 15 Agustus 2013. <http://lembagabahasa.com>.

“Pendidikan Anak Sekolah Dasar”. 15 Mei 2013. [http:// infopendidikankita.com](http://infopendidikankita.com).